mediametrie

Levallois, le 27 juin 2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Mai 2007

Record d'audience pour le site impots.gouv.fr : Plus de 8 millions d'internautes français l'ont consulté en mai 2007

Plus de 30 millions d'internautes[(1)] en France

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Mai 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En mai 2007, 30 296 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 57,6% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 14% en un an de mai 2006 à mai 2007.

	Mai 2007	Mai 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	**30 296 000** **soit 57,6% des Français**	26 491 000 Soit 50,7% des Français	+ 14%

93% des internautes à domicile sont connectés en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Mai 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

22 721 000 internautes, soit plus de 93% des internautes à domicile (93,2%), sont connectés en haut débit à domicile.
Cette population d'internautes est en progression de 39% par rapport à mai 2006, soit une augmentation de 6 408 000 internautes en un an.

	Mai 2007	Mai 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois.	**22 721 000** **soit 93,2% des internautes domicile**	16 313 000 Soit 82,8% des internautes domicile	+ 39%

Près de 12 millions de foyers français ont accès à Internet

Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 1er Trimestre 2007 -
Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

Au 1er trimestre 2007, 14,5 millions des foyers français (56,3%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 610 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté de 12% en un an.

Au 1er trimestre 2007, 11,8 millions de foyers (45,6%) ont accès à Internet, contre 9,9 millions (38,8%) au 1er trimestre 2006 soit une progression de 1 865 000 foyers (+19%) par rapport au 1er trimestre 2006.

	1er trimestre 2007	4ème trimestre 2006	1er trimestre 2006
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**14 524 000** **soit 56,3 % des foyers**	14 023 000 soit 54,9 % des foyers	12 914 000 soit 50,6 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**11 776 000** **soit 45,6 % des foyers**	11 316 000 soit 44,3 % des foyers	9 911 000 soit 38,8 % des foyers

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Mai 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservé

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	22 307 000
2	Orange	15 537 000
3	MSN/Windows Live	15 399 000
4	Free	14 969 000
5	Yahoo!	11 845 000
6	PagesJaunes	11 485 000
7	Microsoft	10 940 000
8	eBay	10 393 000
9	Wikipedia	9 315 000
10	Voila	8 973 000
11	L Internaute Magazine	8 286 000
12	TF1 Network (5)	8 232 000
13	impots.gouv.fr	8 224 000
14	Mappy	8 181 000
15	Dailymotion	6 957 000
16	Skyrock Network (5)	6 745 000
17	aufeminin.com Network (5)	6 198 000
18	01net. Network (5)	6 191 000
19	La Redoute	6 085 000
20	Fnac	5 889 000
21	YouTube	5 817 000
22	Lycos Europe	5 709 000
23	ViaMichelin	5 678 000
24	Doctissimo Network (5)	5 550 000
25	Meteo France	5 446 000
26	voyages-sncf.com	5 419 000
27	France Televisions	5 208 000
28	Over-blog	5 175 000
29	Alice	5 150 000
29	Cdiscount.com	5 150 000

Le site **impots.gouv.fr** a été le **13ème site français le plus consulté** au mois de mai 2007.

Plus de 8 millions d'internautes français sont venus au moins une fois sur ce site en mai contre 2,2 millions le mois dernier soit près de **4 fois plus en un mois** (+267%). Ce sont près de 3 visiteurs uniques sur 10 qui ont consulté ce site au mois de mai 2007 (29,3%).

Le site impots.gouv.fr enregistre également un record par rapport à l'année dernière avec une **progression de 21% de son audience domicile et / ou lieu de travail en un an**.

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Mai 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	22 346 000
2	MSN/Windows Live	18 383 000
3	Microsoft	16 941 000
4	Orange	16 101 000
5	Free	14 969 000
6	Yahoo!	12 107 000
7	PagesJaunes	11 485 000
8	eBay	10 393 000
9	Wikipedia	9 315 000
10	Voila	8 973 000
11	L Internaute Magazine	8 286 000
12	TF1 Network (5)	8 232 000
13	impots.gouv.fr	8 224 000
14	Mappy	8 181 000
15	Dailymotion	6 957 000
16	Skyrock Network (5)	6 745 000
17	AOL Media Network (5)	6 348 000
18	aufeminin.com Network (5)	6 198 000
19	01net. Network (5)	6 191 000
20	La Redoute	6 085 000
21	eMule	5 998 000
22	Fnac	5 889 000
23	YouTube	5 817 000
24	Lycos Europe	5 709 000
25	ViaMichelin	5 678 000
26	Doctissimo Network (5)	5 550 000
27	Meteo France	5 446 000
28	voyages-sncf.com	5 419 000
29	Apple	5 257 000
30	France Televisions	5 208 000

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Mai 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	22 307 000
2	Orange	15 537 000
3	MSN/Windows Live	15 399 000
4	Yahoo!	11 845 000
5	PagesJaunes	11 485 000
6	Voila	8 973 000
7	L Internaute Magazine	8 286 000
8	TF1 Network (5)	8 232 000
9	Mappy	8 181 000
10	Dailymotion	6 957 000
11	Skyrock Network (5)	6 745 000
12	aufeminin.com Network (5)	6 198 000
13	01net. Network (5)	6 191 000
14	La Redoute	6 085 000
15	Lycos Europe	5 709 000
16	Doctissimo Network (5)	5 550 000
17	France Televisions	5 208 000
18	Alice	5 150 000
19	M6 Network (5)	5 100 000
20	AlloCine	4 900 000
21	Bestofmedia Network (5)	4 882 000
22	Groupe 3SI	4 577 000
23	AOL Media Network (5) (*)	4 478 000
24	Club-Internet	4 426 000
25	Le Monde	3 839 000
26	commentcamarche.net	3 829 000
27	LeGuide.com Network (5)	3 395 000
28	Le Figaro	3 298 000
29	Clubic.com	3 083 000
30	Prisma Presse (G+J) Network (5)	2 714 000
31	Le Journal du Net	2 299 000
32	nouvelobs.com	2 275 000
33	Groupe Express-Expansion Network (5)	2 267 000
34	Boursorama Network (5)	2 133 000
35	Shopping.com Network (5)	2 093 000
36	RTL Network (5)	2 077 000
37	Alapage	2 005 000
38	Liberation	1 951 000
39	SFR	1 928 000
40	Caradisiac	1 870 000
41	lastminute.com Network (5)	1 773 000
42	RATP	1 725 000
43	20 minutes	1 671 000
44	ZDNet	1 670 000
45	Evene.fr	1 662 000
46	achetezfacile.com	1 573 000
47	Sports.fr Network (5)	1 419 000
48	Radio France	1 395 000
49	seloger.com network (5)	1 303 000
50	Expedia	1 215 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[(1)] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux [(6)] (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels que les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[(2)] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[(3)] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[(4)] **Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** : Il s'agit du nombre total d'individus ayant visité une marque (brand) au moins une fois pour la période concernée, quel que soit le lieu de connexion. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[(5)] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte

Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

[(6)] **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie sont la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et multimédia.

Les Observatoires Numériques regroupent les études suivantes :

- La Référence des Équipements Multimédias fournit une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès Internet.
  Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

- L'Observatoire des Usages Internet et Téléphonie & Services Mobiles, suit l'évolution de la population internaute et de la population mobile et étudie en détail les usages en matière d'Internet et de téléphonie mobile des Français.
  Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

- En complément de l'Observatoire des Usages Internet, les études « Web 2.0 » et « Achat numérique » analysent en profondeur les nouveaux usages Web 2.0 (blogs, flux RSS, podcast,...) et l'impact d'Internet sur l'achat et les marques.

- Les 30 Chiffres Clés de l'Internet pour mieux connaître et appréhender le média Internet, en accédant rapidement et facilement, tous les trimestres, aux indicateurs structurants du média. Les 30 Chiffres Clés sont également déclinés sur des cibles (Femmes, Seniors, etc) ou des secteurs d'activités (Immobilier, Emploi, etc).

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

C/ La Mesure d'Audience de l'Internet Tous Lieux de Connexion en France

Médiamétrie//NetRatings a développé une méthode exclusive d'évaluation de l'audience tous lieux de connexions. Elle permet d'obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion (6), en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette extension du champ de la mesure est le résultat d'une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie ; elle permet d'estimer l'audience Internet réalisée sur les autres lieux.
La modélisation est réalisée à partir des informations de trois études :
- Le panel Médiamétrie//NetRatings.
- L'Observatoire des Usages Internet.
- Une étude développée spécifiquement pour la mesure tous lieux : elle donne, par lieu de connexion, des indications sur le profil et le comportement de la population internaute, telles que la taille, le profil socio-démographique et la fréquence de connexion, ainsi que les catégories de sites visités.

Cette méthodologie unique s'appuie sur l'expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l'audience de l'Internet. A ce titre, elle fait l'objet d'un dépôt de brevet par Médiamétrie.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.

Pour toute information presse contacter :

Laure OSMANIAN MOLINERO
Tél. : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : losmanian@mediametrie.fr

Nelly DUBNER
Tél. : 01 47 58 97 26 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : ndubner@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr